

VARIABEL-VARIABEL YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN JASA KERETA API
KOMUTER SULAM
(Studi Kasus Penumpang Kereta Api Komuter SULAM)

SKRIPSI



Oleh :

DENNY RAHARDIAN AKBAR
NPM : 0842010055

YAYASAN KESEJAHTERAAN PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA
2013

VARIABEL-VARIABEL YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN
DALAM MENGGUNAKAN JASA KERETA API KOMUTER SULAM
(Studi Kasus Penumpang Kereta Api Komuter SULAM)

Disusun Oleh :

DENNY RAHARDIAN AKBAR
NPM. 0842010055

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional “ Veteran “ Jawa Timur
Pada tanggal 20 Desember 2013

Pembimbing Utama

Tim Penguji
1. Ketua

Dra. Sonja Andarini, M.Si
NIP. 196503261993092001

Dra. Sonja Andarini, M.Si
NIP. 196503261993092001

2. Sekretaris

R.Y.Rusdianto,S.Sos,M.Si
NIP. 372069500461

3. Anggota

Susi Hariyawati,S.Sos,M.Si
NIP. 196402151991032001

Mengetahui,
DEKAN

Dra. Ec. Hj. Suparawati, M.Si
NIP. 195507181983022001

Variabel-Variabel yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa
Kereta Api Komuter Sulam

(Studi kasus penumpang kereta api komuter SULAM)

Disusun Oleh :

Denny Rahardian Akbar
NPM.0842010055

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,
PEMBIMBING

Dra. Sonja Andarini, M.Si
NIP. 196503261993092001

Mengetahui,
DEKAN

Dra. Ec. Hj. Suparawati, M.Si
NIP. 195507181983022001

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, hidayah dan karunia-Nya kepada penulis sehingga penelitian skripsi dengan judul “Variabel-Variabel yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Kereta Api Komuter SULAM” (studi kasus penumpang kereta api komuter SULAM) dapat terselesaikan dengan baik

Penulisan penelitian skripsi ini merupakan salah satu syarat kelulusan pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis tidak lupa mengucapkan terima kasih kepada Dra. Sonja Andarini, MSi selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya dalam memberikan pengarahan penyusunan penelitian skripsi ini. Ucapan terima kasih juga penulis tujukan kepada:

1. Ibu Hj. Suparwati, M.Si., selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, UPN “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dra. Lia Nirawati, M.Si., selaku ketua program studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, UPN “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Dra. Siti Ning Farida, M.Si., selaku sekretaris program studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, UPN “Veteran” Jawa Timur.
4. Seluruh dosen program studi ilmu administrasi bisnis maupun staff karyawan fisip.
5. Kedua orang tua, Bapak dan Ibu penulis tercinta yang senantiasa memberikan materi, doa dan dukungan yang tiada henti dalam penyelesaian penelitian skripsi
6. Kepada mas Bima, Bintang, Arya, yang senantiasa saling mendukung dan berbagi memberikan informasi dalam mengerjakan skripsi ini sehingga kita dapat lulus bersama-sama.

7. Kepada Andhika dan Dicky yang sudah mau menemani dan membantu saya saat menyebarkan kuesioner di kereta api komuter SULAM sehingga dapat dengan cepat kuesioner saya terbagi dan terselesaikan.
8. Kepada Wibatsu Danar Dana yang sudah menemani saya dalam mengetik penyelesaian penelitian skripsi ini.

.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan penelitian skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan, oleh karena itu segala kerendahan hati, penulis berkenan menerima saran dan kritik demi sempurnanya penelitian ini. Akhir kata semoga penelitian skripsi ini bermanfaat bagi kita semua khususnya penulis sendiri.

Surabaya, Desember 2013

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
ABSTRAKSI	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	5
2.2 Landasan Teori	6
2.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	6
2.2.2 Konsep Pemasaran	7
2.2.3 Pengertian Pemasaran	8
2.2.4 Tujuan Pemasaran	9
2.2.5 Pengertian Jasa	10
2.2.6 Karakteristik Jasa	10
2.2.7 Klasifikasi Jasa	12
2.2.8 Kualitas Jasa	13
2.2.9 Pengertian Transportasi	14

2.2.10 Moda Transportasi.....	14
2.2.11 Perilaku Konsumen	16
2.2.12 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	16
2.2.13 Kelompok Referensi	21
2.2.14 Persepsi	22
2.2.15 Motivasi	24
2.2.16 Gaya Hidup	26
2.2.17 Keputusan Pembelian Konsumen	27
2.2.18 Struktur Keputusan Pembeli	31
2.3 Kerangka Berfikir	32
2.4 Hipotesis	34

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	35
3.1.1 Definisi Operasional	35
3.1.2 Pengukuran Variabel	37
3.2 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Variabel	38
3.2.1 Populasi	38
3.2.2 Sampel dan Teknik Penarikan Variabel	38
3.3 Teknik Pengumpulan Data	39
3.3.1 Jenis Data dan Sumber Data	39
3.3.2 Pengumpulan Data	40
3.4 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	40
3.4.1 Uji Validitas	40

3.4.2 Uji Reliabilitas	42
3.4.3 Uji Asumsi Klasik	43
3.4.3.1 Multikolonieritas	43
3.4.3.2 Heteroskedstisits.....	44
3.4.3.3 Autokorelasi	44
3.4.3.4 Uji Normalitas	45
3.4.4 Teknik Analisis Regresi Linier Berganda	46
3.4.5 Pengujian Hipotesis	47
3.4.5.1 Uji F	47
3.4.5.2 Uji t	49

BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

4.1 Deskripsi Data Penelitian.....	52
4.1.1 Deskripsi Data Responden.....	52
4.1.2 Deskripsi Variabel Berdasarkan Kuesioner.....	56
4.2 Uji Kualitas Data	61
4.2.1 Uji Validitas	61
4.2.2 Uji Reliabilitas	64
4.3 Uji Asumsi Klasik	65
4.3.1 Uji Normalitas.....	65
4.3.2 Uji Multikolinieritas	66
4.3.3 Uji Heteroskedastisitas	67
4.3.4 Uji Autokorelasi	68
4.4 Analisis Regresi dan Uji Hipotesis	69

4.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda	69
4.4.2 Koefisien Determinasi dan Koefisien Korelasi.....	71
4.4.3 Uji F.....	72
4.4.4 Uji t.....	74
4.5 Pembahasan.....	80
4.5.1 Pembahasan secara simultan.....	80
4.6.2 Pembahasan secara parsial.....	82
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	85
5.2 Saran	86
 DAFTAR PUSTAKA	
 LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Pengambilan Keputusan Ada Tidaknya Korelasi	45
Tabel 4.1 Distribusi Jenis Kelamin Responden.....	53
Tabel 4.2 Distribusi Umur Responden.....	53
Tabel 4.3 Distribusi Status Responden	54
Tabel 4.4 Distribusi Pendidikan Responden	54
Tabel 4.5 Distribusi Pekerjaan Responden	55
Tabel 4.6 Distribusi Lama Menggunakan Kereta Api Komuter SULAM.....	55
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Responden tentang Referensi (X_1).....	56
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Responden tentang Persepsi (X_2).....	57
Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Responden tentang Motivasi (X_3).....	58
Tabel 4.10 Distribusi Frekuensi Responden tentang Gaya Hidup (X_4).....	59
Tabel 4.11 Distribusi Frekuensi Responden tentang Keputusan Menggunakan Kereta Api Komuter SULAM (Y)	60
Tabel 4.12 Hasil uji validitas indikator-indikator variabel Referensi (X_1).....	62
Tabel 4.13 Hasil uji validitas indikator-indikator variabel Persepsi (X_2).....	62
Tabel 4.14 Hasil uji validitas indikator-indikator variabel Motivasi (X_3).....	63
Tabel 4.15 Hasil uji validitas indikator-indikator variabel Gaya Hidup(X_4).....	63
Tabel 4.16 Hasil uji validitas indikator-indikator variabel Keputusan Menggunakan Kereta(Y).....	64
Tabel 4.17 Koefisien Alpha Cronbach	65
Tabel 4.18 Uji Kolmogorov-Smirnov.....	66
Tabel 4.19 Nilai Statistik Kolinieritas	67

Tabel 4.20 Pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi.....	69
Tabel 4.21 Hasil Analisis Regresi	70
Tabel 4.22 Koefisien Determinasi dan Koefisien Korelasi.....	72
Tabel 4.23 Uji F (Uji Simultan).....	73
Tabel 4.24 Uji t (Uji Parsial)	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Pemrosesan Informasi dalam Pengambilan Keputusan Konsumen	23
Gambar 2.2 Tahapan Keputusan Pembelian Konsumen	28
Gambar 2.3 Kerangka Berpikir	33
Gambar 3.1 Kurva F	49
Gambar 3.2 Kurva t	51
Gambar 4.1 Gambar Persebaran Pola Residual.....	68
Gambar 4.2 Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 Uji F.....	74
Gambar 4.3 Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 uji t Variabel Produk (X_1).....	76
Gambar 4.4 Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 uji t Variabel Persepsi (X_2).....	77
Gambar 4.5 Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 uji t Variabel Motivasi (X_3)	79
Gambar 4.6 Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 uji t Variabel Gaya Hidup (X_4).....	80

DENNY RAHARDIAN AKBAR, 0842010055, VARIABEL-VARIABEL YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN MENGGUNAKAN JASA KERETA API KOMUTER SULAM (Studi Kasus Penumpang Kereta Api Komuter SULAM)

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh yang ditimbulkan oleh variabel perilaku konsumen yang terdiri dari variabel kelompok referensi, variabel persepsi, variabel motivasi, dan variabel gaya hidup terhadap pengambilan keputusan konsumen menggunakan jasa kereta api komuter SULAM

Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling maka terpilih 100 orang sample dan objek penelitian ini adalah penumpang kereta api komuter SULAM. Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini metode deskriptif kuantitatif, analisis secara simultan dan parsial (analisis regresi linier berganda dengan bantuan SPSS)

Dari hasil pengujian yang dilakukan, uji regresi simultan (Uji F) menunjukkan bahwa seluruh variabel bebas yang diteliti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan pembelian, uji regresi parsial (Uji T) menunjukkan bahwa variabel kelompok referensi, variabel persepsi, variabel motivasi, dan variabel gaya hidup memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Dan variabel gaya hidup memiliki pengaruh paling signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan variabel persepsi yang paling kecil berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Seluruh variabel independen atau variabel bebas berpengaruh, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa variabel referensi, variabel persepsi, variabel motivasi, dan variabel gaya hidup berpengaruh secara simultan terhadap keputusan menggunakan kereta api komuter SULAM.

Kata Kunci : Keputusan Pembelian, Variabel Kelompok Referensi, Variabel Persepsi, Variabel Motivasi, dan Variabel Gaya Hidup

DENNY RAHARDIAN AKBAR, 0842010055, VARIABLES AFFECTING THE
DECISION TO USE SERVICES CONSUMER COMMUTER TRAIN SULAM
(A Case Study of Railway Passengers commuting SULAM)

ABSTRACTION

This study aims to analyze the effects caused by consumer behavior variables consisting of variable reference group , the perception variables , motivational variables , and lifestyle variables on consumer decision making using commuter rail services SULAM

This study used purposive sampling technique then selected 100 samples and the object of this study is SULAM commuter rail passengers . The method of analysis used in this study quantitative descriptive method , simultaneous analysis and partial (multiple linear regression analysis using SPSS)

From the results of tests performed , simultaneous regression test (F test) showed that all independent variables studied had a significant influence on the purchase decision variables , partial regression test (Test T) indicates that the variable reference group , the perception variables , motivational variables , and variables lifestyle has a significant influence on the purchase decision variables . And lifestyle variables had the most significant influence on purchasing decisions . While most small perception variables significantly influence the purchase decision . All independent variables or independent variables influence , so it can be concluded that the reference variable , the variable perception , motivation variable , and lifestyle variables simultaneously influence the decision to use commuter rail SULAM .

Keywords : Purchasing Decisions, Variables Reference Group , The Perception Variables , Motivational Variables , and Variables Lifestyle

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia bisnis pada dewasa ini sangat pesat sehingga perusahaan dituntut bersaing ketat. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut perusahaan dituntut mampu memahami keinginan dan kebutuhan konsumen agar tetap survive. Diterima tidaknya jasa yang dijual sangat tergantung pada persepsi konsumen atas produk tersebut. Jika konsumen merasa produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya pasti konsumen akan menggunakan jasa tersebut.

Bagi perusahaan, pemasaran adalah ujung tombak penentu keberhasilan perusahaan. Untuk mempertahankan posisi dan bersaing dalam dunia usaha, perusahaan harus mempunyai strategi pemasaran yang baik dan tepat sehingga mampu bertahan dan bersaing dalam merebut pasar sasaran. Pemasaran merupakan aktivitas perusahaan yang menentukan kelangsungan hidup suatu perusahaan. Perusahaan dapat mempertahankan eksistensinya jika perusahaan tersebut mampu menyampaikan atau memasarkan produknya pada konsumen.

Apabila dalam memasarkan produknya pada konsumen tersampaikan, maka secara langsung kebutuhan konsumen terpenuhi. Maka dari itu seiring dengan meningkatnya kebutuhan konsumen, teknologi juga selalu mengalami perkembangan dari waktu ke waktu. Untuk memenuhi kebutuhannya, konsumen selalu mempunyai pertimbangan yang berujung pada keputusan pembelian, hal ini disebut dengan perilaku konsumen.

Perilaku konsumen adalah proses dan aktivitas ketika seseorang berhubungan dengan pencarian, pemilihan, pembelian, penggunaan, serta pengevaluasian produk dan jasa demi memenuhi kebutuhan dan keinginan. Perilaku konsumen merupakan hal-hal yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan pembelian.

Proses penggunaan jasa oleh konsumen dimulai ketika konsumen mengenal jasa yang ditawarkan, serta informasi tentang jasa yang digunakannya yang kemudian konsumen akan membuat perhatian akhir dengan menggunakan proses evaluasi untuk melaksanakan pengambilan keputusan. Konsumen dalam memutuskan untuk menggunakan suatu jasa mempunyai pertimbangan-pertimbangan khusus berdasarkan kelebihan, kekurangan dan manfaat jasa tersebut.

Surabaya sebagai pusat kegiatan industri, perdagangan dan perkantoran menuntut orang-orang yang melakukan aktivitas di kota Surabaya memiliki tingkat mobilitas yang tinggi. Berbagai aktivitas yang dilaksanakan tersebut baik aktivitas industri, perdagangan dan perkantoran tidak hanya melibatkan masyarakat yang berdomisili di Surabaya saja tetapi juga banyak melibatkan masyarakat yang tinggal di daerah luar Surabaya contohnya di Lamongan dan sekitarnya.

Masyarakat Lamongan dan sekitarnya yang mempunyai kegiatan di Surabaya membutuhkan alat transportasi yang dapat melayani kebutuhan mobilitas mereka baik saat berangkat beraktivitas maupun saat pulang beraktivitas. Banyak moda transportasi yang ditawarkan untuk rute Surabaya -

Lamongan salah satunya adalah kereta api komuter “SULAM” (Surabaya - Lamongan).

Kereta api komuter SULAM ini merupakan alat transportasi antar kota dalam propinsi dengan multi keunggulan komparatif seperti hemat bahan bakar, energi, rendah polusi, bebas macet, bersifat massal. Selain itu kereta api komuter ini juga merupakan alat transportasi yang adaptif dengan tugas pokok dan fungsi mobilisasi arus penumpang dan barang di atas rel serta memiliki peran strategi dalam ekonomi nasional.

Banyak cara yang dapat digunakan PT Kereta Api Indonesia untuk menarik konsumen menggunakan jasa kereta api komuter SULAM. Salah satunya dengan memperhatikan perilaku konsumen, dengan memperhatikan perilaku konsumen, perusahaan dapat mengetahui apa saja yang menjadi pertimbangan konsumen saat menggunakan jasa kereta api komuter SULAM dari pada menggunakan moda transportasi lain. Konsumen dalam berperilaku pasti dipengaruhi oleh banyak hal, Beberapa pengaruh seperti kelompok referensi, persepsi, motivasi dan gaya hidup ini dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian suatu produk atau jasa.

Atas dasar latar belakang masalah tersebut, maka dalam penelitian ini dapat ditarik judul, “Variabel-variabel Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Kereta Api Komuter SULAM” .

1.2 Perumusan Masalah

1. Apakah kelompok referensi, persepsi, motivasi dan gaya hidup secara simultan berpengaruh terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa kereta api komuter SULAM?
2. Apakah kelompok referensi, persepsi, motivasi dan gaya hidup secara parsial berpengaruh terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa kereta api komuter SULAM?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis kelompok referensi, persepsi, motivasi, dan gaya hidup secara simultan berpengaruh terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa kereta api komuter SULAM
2. Untuk mengetahui dan menganalisis kelompok referensi, persepsi, motivasi dan gaya hidup secara parsial berpengaruh terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa kereta api komuter SULAM

1.4 Manfaat Penelitian

Sedangkan beberapa manfaat yang penulis harapkan dapat diperoleh dari hasil penelitian ini nantinya antara lain :

1. Secara Praktis.

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan kajian ilmu pengetahuan dan sebagai bahan referensi untuk penelitian sejenis.

2. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini ditujukan untuk memeberikan bukti secara empiris mengenai perilaku konsumen.